

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання контрольної роботи
з навчальної дисципліни

«МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВА»

(для студентів заочної форми навчання спеціальності 073 – Менеджмент)

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2018

Методичні рекомендації до виконання контрольної роботи з дисципліни «Маркетингова діяльність підприємства» (для студентів заочної форми навчання спеціальності 073 – Менеджмент) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. : М. В. Волкова, А. Б. Мазур. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. – 41 с.

Укладачі : канд. екон. наук, доц. М. В. Волкова;
асист. А. Б. Мазур

Рецензент

Н. О. Кондратенко, доктор економічних наук, професор Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою менеджменту і адміністрування, протокол № 1 від 31.08.2017.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Загальні положення.....	5
2 Тематичний перелік завдань.....	6
3 Тестовий контроль знань.....	35
Список використаних джерел	40

ВСТУП

Сучасний розвиток ринкових відносин характеризується конкурентним суперництвом між суб'єктами господарювання, що визначає необхідність постійного підвищення рівня конкурентоспроможності продукції. Конкурентоспроможність є порівняльною характеристикою, що свідчить про ефективність використання ресурсів у порівнянні з підприємствами – конкурентами. Вона визначає відмінності продукції як за якістю, технічними характеристиками, так і за ціною. У зв'язку з цим виникає необхідність постійного удосконалення цінової політики, зокрема методів ціноутворення.

Одним із головних елементів системи маркетингу є ціна. У загальному вигляді це загальна вартість товару, яка складається з усіх витрат, необхідних для виробництва і реалізації його на ринку (в тому числі податків), та відповідного розміру прибутку, необхідного для розширення та оновлення виробництва, впровадження новітніх технологій та науково-технічного прогресу, стимулювання праці робітників тощо. Процес визначення ціни виробу та управління нею є досить складним і потребує постійного здійснення на всіх ланках процесу як виробництва, так і реалізації товарів. Цей елемент маркетингу є головним інструментом виживання підприємства на ринку товарів і послуг, у боротьбі з іншими конкурентами, закріплення та збільшення своєї частки на визначеному сегменті ринку.

У ринкових умовах ціна формується в результаті торгу, на основі взаємної згоди між продавцем і покупцем при взаємодії попиту й пропозиції. Вільне ціноутворення – найважливіша ознака ринкової економіки.

У сучасних умовах господарювання ціноутворення перестає бути простим процесом розрахунку ціни. Це система формування цін, що містить у собі безліч компонентів, таких як цінова політика, цінова стратегія підприємства, методи розрахунку ціни і т. д. Ця система повинна бути гнучкою і мати можливість швидко й адекватно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури.

1 ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Ці методичні рекомендації призначені для виконання контрольної роботи студентами заочної форми навчання спеціальності – Менеджмент.

Метою даного курсу є визначення методичних питань формування цін, державної політики в області ціноутворення, а також ролі ціни й ціноутворення в умовах ринкової економіки.

Методичні вказівки містять тематичний перелік завдань, що наведені відповідно до тем робочої програми курсу, а також підсумковий тестовий контроль знань.

Студенти заочної форми навчання виконують контрольну роботу відповідно до обраного варіанта. Перелік завдань за варіантами поданий у таблиці 1.1. Варіант вибирається студентом за останньою цифрою залікової книжки.

Таблиця 1.1 – Номера варіантів до виконання контрольної роботи

Номери варіантів									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1, 4, 9,14,24, 34, 38	3, 5, 10, 15,25, 35, 39	2, 6, 11, 16,26, 37,40	3, 7,12, 17,27, 36,41	1,8, 13, 18,28, 35,42	2, 5, 9, 19,29, 36, 43	1,4, 10, 20,30, 37, 41	3, 7, 11,21, 31, 34, 40	2, 8,12, 22,32, 35,39	1,5,13, 23,33, 37,38

2 ТЕМАТИЧНИЙ ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ

Тема: Визначення ціни й ціноутворення. Види цін. Структура роздрібно́ї ціни

У найбільш загальному, абстрактному розумінні ціна - це грошове вираження вартості товару. У свою чергу вартість визначається суспільно необхідними витратами праці на виробництво одиниці конкретного виду продукції.

Ціна – кількість грошей, що сплачуються за товар або послугу.

Ціна – це сума цінностей, які споживач обмінює (віддає) у вигляді винагороди за можливість володіти або користуватися продуктом або послугою.

Ціна – сума грошей, за якою продавець бажає продати, а покупець готовий купити товар або послугу.

Ціноутворення – це процес формування цін на товари й послуги.

Виділяють дві основні моделі ціноутворення:

– ринкове ціноутворення, що функціонує на основі взаємодії між попитом покупців і пропозицією продавців на ринку різного виду товарів і послуг;

– централізоване державне ціноутворення, що засноване на визначенні цін державними органами.

Вітчизняний і світовий досвід показує, що на практиці використовується дуже велике різноманіття цін, що пов'язане з особливостями придбання сировини й особливостями продажів. Всі ціни можна класифікувати за наступними ознаками:

1. За характером обслуговуваного обігу.
2. Залежно від державного впливу й регулювання.
3. За способом встановлення і фіксації.
4. З урахуванням фактора часу.
5. За способом одержання інформації про рівень ціни.
6. Залежно від виду ринку.
7. За умовами поставки й продажу.
8. Внутрішньофірмові або трансферні ціни.

Структура роздрібно́ї ціни

Роздрібна ціна товару складається з декількох елементів, кількість і питома вага яких може бути різною. Співвідношення окремих елементів у загальній величині ціни, виражене у відсотках або частках одиниці, представляє структуру роздрібно́ї ціни. Типовий перелік елементів, що становлять роздрібну ціну, наведений на рисунку 2.1.

Якщо товар не обкладається акцизом, то оптова ціна підприємства збігається з відпускнуою і структура ціни спрощується. При наявності декількох оптових посередників існуватиме відповідна кількість однотипних елементів: покупна ціна оптового посередника, продажна ціна оптового посередника. У

результаті частка постачальницької-збутової надбавки в складі ціни зросте, а структура ціни товару ускладниться.

Собівартість продукції	Прибуток підприємства	Акциз (по підакцизних товарах)	ПДВ	Постачальницько-збутова надбавка	Торговельна надбавка
Оптова ціна підприємства торгівлі без ПДВ					
Відпускна ціна підприємства без ПДВ					
Відпускна ціна підприємства із ПДВ (покупна ціна оптового посередника)					
Продажна ціна оптового посередника (покупна ціна підприємства торгівлі)					
Роздрібна ціна					

Рисунок 2.1 – Структура роздрібної ціни

Завдання 1

Визначить, за якою ціною прибуток підприємства буде максимальним.

Ціна за одиницю, грн	Обсяг реалізації, шт.	Постійні витрати, грн	Загальні змінні витрати, грн	Прибуток, грн
15	100	1000	500	
14	200	1000	900	
13	300	1000	1225	
12	400	1000	1500	
11	500	1000	1750	
10	600	1000	2250	
9	700	1000	2350	
8	800	1000	2800	
7	900	1000	3400	
6	1000	1000	4320	

Завдання 2

Визначить відпускну ціну одиниці продукції (флакона парфумів), не оподаткованої акцизом, при умовах:

- при виготовленні продукції використовується спирт, що має фактичну собівартість (спирт виготовляється на даному підприємстві) 500 грн. За 1 дол (1 декалітр = 10 л.);
- ставка акцизу на спирт становить 90 % від відпускну ціни без ПДВ;
- для виготовлення одного флакона парфумів потрібно 15 мл. спирту;
- витрати на виготовлення одного флакона парфумів (без витрат на виробництво спирту з урахуванням акцизу), становлять 2 грн 85 коп.;
- рівень рентабельності до собівартості прийнятий у розмірі 25 %.

Завдання 3

Підприємство реалізує продукцію з рентабельністю 20 % стосовно собівартості.

Собівартість продукції становить 17 грн, акцизний збір (Ас) – 18 %, ПДВ – 20 %.

Існує два оптових посередники. Постачальницько-збутова націнка першого оптового посередника – 15 %, націнка другого – 12 %. Торговельна надбавка – 18 %.

Необхідно визначити:

- 1) роздрібну ціну;
- 2) покупну ціну першого оптового посередника;
- 3) покупну ціну підприємств торгівлі;
- 4) визначити структуру роздрібно ціни.

Завдання 4

Структура роздрібно ціни телевізора складається з наступних елементів:

Собівартість	6 300 (7 500) грн
Прибуток підприємства-виробника	1 575 (3 390) грн
ПДВ	1 753 (2 505) грн
Торговельно-збутові витрати	872 (1 605) грн

Оцініть структуру цієї ціни до й після підвищення ціни, якщо відомо, що до підвищення ціна становила 10 500 грн, після подорожчання – 15 000 грн.

Завдання 5

Відомі наступні дані:

Роздрібна ціна одиниці продукції	300 грн
ПДВ	40 грн
Націнка посередницької організації	45 грн
Націнка посередницької організації	45 грн
Торговельна знижка ціни	10 % до роздрібної

Визначити оптову ціну підприємства, прибуток підприємства з розрахунку на один виріб.

Завдання 6

Відомі наступні дані:

Повна собівартість одиниці продукції	120 грн
Рівень рентабельності витрат	20 %
ПДВ	12 грн
Націнка посередницької організації	8 грн
Торговельна надбавка до відпускної ціни посередників	20 %.

Визначите оптову й роздрібну ціни підприємства й структуру роздрібної ціни.

Завдання 7

Представлено наступні дані:

Собівартість виробу	10,65 грн
Ставка акцизу	45 % до відпускної ціни (без ПДВ)
ПДВ	20 % до відпускної ціни
Вільна відпускна ціна із ПДВ	32,1 грн
Оптова надбавка до вільної ціни	4,5 %
Торговельна надбавка	20 % до вільної ціни

Визначити структуру вільної роздрібної ціни, прибуток підприємства й рентабельність виробництва.

Завдання 8

Відомі наступні дані:

1. Витрати на виготовлення виробу:

Сировина й основні матеріали	8 575 грн
Допоміжні матеріали	52,5 грн
Паливо й електроенергія	на 1,4 грн
технологічні цілі	

Заробітна плата виробничих робітників	742 грн
Відрахування на соціальне страхування	37 % до заробітної плати виробничих
Витрати на утримання та експлуатацію устаткування	47 % до заробітної плати виробничих робітників
Цехові витрати	20 % до заробітної плати виробничих робітників
Загальнозаводські витрати	79 % до заробітної плати виробничих робітників
Невиробничі витрати	0,3 % до виробничої собівартості
Транспортні витрати	14 % до виробничої собівартості

I. Вільна відпускна ціна виробу із ПДВ – 201,53 грн.

II. ПДВ – 20 % до вільної відпускної ціни без ПДВ.

III. Ставка податку на прибуток – 30 %.

IV. Оптова надбавка – 5 % до вільної ціни.

V. Торговельна надбавка – 27 % до вільної ціни.

Складіть калькуляцію собівартості виробу, визначить структуру вільної відпускної і роздрібною ціни, дохід від реалізації й прибуток, що залишився в розпорядженні підприємства.

Завдання 9

Роздрібна ціна виробу – 30,24 грн, торговельна надбавка – 20 % ціни посередника, а його націнка – 5 % відпускної ціни виробника, ставка акцизного збору – 35 %, ПДВ – 20 %. Визначити прибуток у ціни виробника, якщо собівартість виробу становить 10 грн.

Завдання 10

Собівартість виробу – 200 грн, рентабельність – 12,5%, ставка акцизного збору – 55%, ПДВ – 20%, націнка посередника – 5% ціни виробника, а витрати обігу посередника на одиницю продукції дорівнюють 20 грн. Визначити величину прибутку в складі націнки посередника.

Завдання 11

Собівартість виробу – 480 грн, рентабельність – 30 %, ставка акцизного збору – 35 %, націнка посередника – 25 % ціни виробника, роздрібна ціна виробу – 1 824 грн, ПДВ – 20 %, витрати обігу торгівлі на одиницю продукції – 240 грн. Визначити прибуток у складі торговельної надбавки.

Завдання 12

Собівартість виробу – 75 грн, рентабельність – 20 %, ставка акцизного збору – 10 %, ПДВ – 20 %, торговельна надбавка – 30 % ціни посередника, роздрібна ціна – 195 грн, прибуток у складі націнки посередника – 5 грн. Визначити витрати обігу посередника з реалізації одиниці продукції.

Завдання 13

Собівартість виробу – 300 грн, рентабельність – 50 %, роздрібна ціна 1380 грн, торговельна надбавка 15 % ціни виробника, ПДВ – 20 %. Визначити ставку акцизного збору (%), за якою в ціні встановлений цей податок.

Тема: Поняття «Витрати підприємства». Класифікація витрат

У загальному вигляді витрати – це все, чим жертвує підприємство для виробництва певної продукції.

Витрати підприємства, пов'язані безпосередньо з виробництвом продукції, виражені у грошовій формі, утворюють собівартість цієї продукції (послуги). Собівартості належить провідна роль у загальній системі показників, що характеризують ефективність господарської діяльності підприємства і його структурних підрозділів, тому що:

- собівартість є узагальнюючим показником використання всіх видів ресурсів підприємства;
- є базою для визначення прибутковості підприємства;
- є вихідною базою для визначення цінової політики підприємства.

Для більш повного розуміння економічної сутності витрат, визначення їхньої ролі у процесі виробництва необхідно досліджувати характеристику витрат за допомогою їхньої класифікації.

На сьогоднішній день існує кілька класифікацій витрат, відмінною рисою яких є призначення отриманої інформації. Різні витрати використовують для різних цілей.

Для визначення собівартості витрати ділять на:

1. Економічні елементи й калькуляційні статті.
2. Постійні й змінні.
3. Прямі й непрямі.
4. Витрати на продукцію й витрати періоду.
5. Поточні, одноразові й довгострокові.
6. Витрати виробництва, цеху, ділянки, технологічного переділу.
7. Одноелементні й комплексні.

Завдання 14

Підприємство Х виробляє один вид продукції – цегла силікатна. Поділіть наведені нижче витрати на постійні й змінні; прямі й непрямі. Відповідь обґрунтуйте.

1. Сировина й матеріали.
2. Заробітна плата основних виробничих робітників.
3. Заробітна плата начальників цехів, ділянок.
4. Освітлення і опалення виробничих приміщень.
5. Відрядні витрати.
6. Оренда адміністративних приміщень.
7. Транспортні витрати з доставки сировини.
8. Заробітна плата адміністративно-управлінського персоналу (АУПа).
9. Освітлення і опалення невиробничих приміщень.
10. Паливо й електроенергія на технологічні потреби.

Завдання 15

Підприємство У займається виробництвом меблів. Необхідно представлені нижче витрати розділити на основні й накладні, а також виділити загальновиробничі витрати, адміністративні й витрати на збут.

1. Сировина й матеріали.
2. Комплектуючі вироби.
3. Заробітна плата адміністративно-управлінського персоналу (АУПа).
4. Оренда виробничих приміщень.
5. Заробітна плата начальників цехів.
6. Відрядні витрати АУПа.
7. Заробітна плата основних виробничих робітників.
8. Витрати на рекламу.
9. Витрати на утримання виробничих приміщень.
10. Витрати на пакування товару.
11. Паливо й електроенергія на технологічні потреби.
12. Заробітна плата торговельним агентам.
13. Витрати на утримання невиробничих приміщень.
14. Програмне забезпечення комп'ютера.

Завдання 16

Підприємство реалізує продукцію в обсязі 500 шт. на місяць по 80 грн за одиницю. Витрати на виробництво становлять:

- | | |
|--|--------|
| 1. Сировина й матеріали на одиницю | 32 грн |
| 2. Заробітна плата основних виробничих робітників на одиницю | 18 грн |

3. Заробітна плата начальників цехів, ділянок на місяць	1 400 грн
4. Освітлення і опалення виробничих приміщень на місяць	900 грн
5. Відрядні витрати на місяць	650 грн
6. Оренда виробничих приміщень на місяць	1 200 грн
7. Заробітна плата адміністративно-управлінського персоналу на місяць	2 100 грн
8. Освітлення і опалення невиробничих приміщень на місяць	720 грн
9. Паливо й електроенергія на технологічні потреби на одиницю	12 грн

На основі наведених кількісних даних про витрати підприємства й обсяг виробництва побудуйте графіки постійних, змінних і загальних витрат, а також графік виторгу.

Завдання 17

Підприємство виробляє продукцію в обсязі 100 од. Витрати, пов'язані з виробництвом даного обсягу продукції становлять:

1. Сировина й матеріали (на одиницю)	5 грн
2. Оренда приміщення	200 грн
3. Освітлення і опалення виробничих приміщень	300 грн
4. Витрати на рекламу	100 грн
5. Заробітна плата основних виробничих робітників	7 грн
6. Відрядні витрати	150 грн
7. Витрати на збут продукції	100 грн
8. Витрати на охорону підприємства	50 грн
9. Витрати з техніки безпеки	50 грн
10. Паливо й електроенергія на технологічні потреби	3 грн
11. Освітлення і опалення приміщень невиробничого характеру	150 грн
12. Заробітна плата АУПа	300 грн
13. Витрати на вивчення ринку	80 грн
14. Витрати з доставки посилок покупцям	2 грн
15. Транспортні витрати з перевезення сировини	3 грн

Необхідно:

1. Розподілити витрати на змінні й постійні.
2. Визначити загальну собівартість і собівартість одиниці продукції.
3. На основі цієї собівартості розрахувати величину націнки, за умови, що плановий прибуток підприємства повинен скласти 1 000 грн
4. Якщо обсяг виробництва збільшиться до 300 од., яка буде ціна одиниці продукції? (Всі дані залишаються незмінними).

Завдання 18

Підприємство виробляє продукцію в обсязі 100 од. Витрати, пов'язані з виробництвом даного обсягу продукції становлять:

1. Сировина й матеріали (на од.)	15 грн
2. Оренда приміщення	200 грн
3. Освітлення і опалення виробничих приміщень	300 грн
4. Витрати на рекламу	100 грн
5. Заробітна плата основних виробничих робітників	7 грн
6. Відрядні витрати	150 грн
7. Витрати на збут продукції	100 грн
8. Витрати на охорону підприємства	50 грн
9. Витрати з техніки безпеки	50 грн
10. Паливо й електроенергія на технологічні потреби	3 грн
11. Освітлення і опалення приміщень не виробничого характеру	150 грн
12. Заробітна плата АУПа	300 грн
13. Витрати на вивчення ринку	80 грн
14. Витрати з доставки посилок покупцям	12 грн
15. Транспортні витрати з перевезення сировини	13 грн

Необхідно:

1. Розподілити витрати на змінні й постійні.
2. Визначити загальну собівартість і собівартість одиниці продукції.
3. На основі цієї собівартості розрахувати величину націнки, за умови, що плановий прибуток підприємства повинен скласти 1 000 грн.
4. Якщо обсяг виробництва збільшиться до 300 од., яка буде ціна одиниці продукції? (Всі дані залишаються незмінними).

Завдання 19

Підприємство в 2012 р. одержало на умовах ковзної ціни замовлення на поставку устаткування, що повинна здійснитися в 2013 р.

Спочатку була визначена наступна структура ціни:

Постійні витрати	15 %
Вартість матеріалів	55 %
Вартість робочої сили	30 %.

Передбачається, що за період, що пройде з моменту одержання замовлення до моменту його виконання, ціни на матеріали виростуть на 20 %, ставки заробітної плати підвищаться на 30 %.

Визначити відсоток підвищення ціни, використовуючи метод ковзних цін і прийнявши базисну ціну за 100 умовних одиниць.

Завдання 20

Прейскурантна ціна об'єкта будівництва дорівнює 29 100 грн за 1 м². Площа об'єкта будівництва становить 100 м². Строк будівництва – 1 рік. Підвищення прейскурантної ціни, передбачене договором, здійснюється кожні два місяці на 4,53 %. Страховка об'єкта будівництва становить 13,9 % вартості об'єкта на момент укладання договору будівництва.

Розрахуйте вартість об'єкта будівництва на початок і закінчення робіт.

Тема: Попит як ціноутворюючий фактор. Еластичність попиту

Одним з основних факторів, що впливають на формування ціни, є рівень попиту на продукцію. Визначаючи попит на свою продукцію, підприємство повинне провести його оцінку при різних цінах.

Попит – це бажання і можливість споживача купити товар або послугу в певний час і в конкретному місці.

Функціональну залежність попиту від різних факторів можна подати у вигляді функції

$$Q_{DX} = f(P_x, P_y, \dots, P_z, I, W, T_x, F, S, q), \quad (2.1)$$

де Q_{DX} – обсяг попиту на товар X в одиницю часу;

P_x – ціна товару X;

$P_y \dots P_z$ – ціни товарів-замінників і взаємодоповнюючих товарів;

I – прибуток покупця;

W – рівень добробуту, тобто купівельна спроможність;

T_x – потреба покупця в товарі X;

F – думка споживача щодо перспектив його добробуту;

S – сезонність потреби, що задовольняється даним товаром;

q – кількість покупців.

Кількісно виміряти чутливість попиту до зміни ціни дозволяє коефіцієнт еластичності. Еластичність – це міра реагування однієї змінної величини на зміну іншої.

Виділяють еластичність попиту за ціною (цінову еластичність), перехресну цінову еластичність і еластичність попиту по доходу.

Цінова еластичність попиту – чутливість попиту до зміни ціни. Кількісно виражається коефіцієнтом еластичності, що може бути розрахований за формулою:

$$E_d = \frac{(Q_2 - Q_1)/(Q_1 + Q_2)}{(P_2 - P_1)/(P_1 + P_2)} = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P} , \quad (2.2)$$

де E_d – коефіцієнт еластичності;

Q_1, Q_2 – обсяг продажів до і після зміни ціни, од;

P_1, P_2 – ціни до й після зміни, грн.

Існує два методи розрахунку коефіцієнта еластичності.

Дуговий метод використовується, коли відносне відхилення між аналізованими величинами становить 5 % і більше. У такому випадку коефіцієнт еластичності буде розраховуватися за формулою:

$$E_d = \frac{\Delta Q}{Q_{серед}} : \frac{\Delta P}{P_{серед}} , \quad (2.3)$$

де $Q_{серед}, P_{серед}$ – середні значення попиту й ціни відповідно, од. і грн.

Точковий метод використовується у випадках, коли відносне відхилення між аналізованими величинами менш 5 %:

$$E_d = \frac{\Delta Q}{Q_1, Q_2} : \frac{\Delta P}{P_1, P_2} , \quad (2.4)$$

де Q_1, Q_2 – обсяг продажів до і після зміни ціни, од;

P_1, P_2 – ціна товару до й після зміни, грн.

Залежно від величини коефіцієнта цінової еластичності попиту розрізняють:

а) нееластичний попит при $E_d < 1$;

б) попит одиничної еластичності при $E_d = 1$;

в) еластичний попит при $E_d > 1$.

Завдання 21

На основі наведених у таблиці даних оцініть цінову еластичність попиту. Поясніть, що означає $E_d > 1$, $E_d = 1$, $E_d < 1$.

Ціна, грн	Попит, шт.	Зміна ціни	Зміна попиту	Коефіцієнт еластичності, (E_d)	Виторг, грн
900	15				
800	22				
700	25				
500	34				
300	45				

Завдання 22

Підприємство реалізує продукцію за ціною за одиницю 2 500 грн, при цьому обсяг реалізації становить 5 000 шт.

Чи буде вигідно виробникові знизити ціну на 500 грн за умови, що $E_d = 1,2$?

Завдання 23

Підприємство реалізує продукцію в обсязі 12 000 шт. за ціною за одиницю 10 грн. Коефіцієнт цінової еластичності на даний товар дорівнює 0,8. Проаналізуйте, до чого приведе зниження ціни на 2 грн з розрахунку на одиницю продукції.

Завдання 24

Ціна за одиницю продукції становить 250 грн. При цьому обсяг реалізації дорівнює 720 шт. До чого приведе збільшення ціни на 30 грн, враховуючи, що коефіцієнт цінової еластичності становить 1,8.

Завдання 25

Підприємство реалізує продукцію за ціною 950 грн за одиницю в обсязі 3 600 шт. Коефіцієнт цінової еластичності попиту становить 1,2. Чи буде вигідно виробникові знизити ціну на 450 грн.?

Завдання 26

Відомі наступні дані.

Зміна ціни попиту на товар тривалого користування.

Ціна на товар, тис. грн.	Обсяг попиту, тис. шт.
350	70
370	57
380	40
385	37
410	22

Розрахуйте коефіцієнт еластичності попиту за ціною і зробіть висновок.

Тема: Аналіз взаємозв'язку «Витрати – Обсяг – Прибуток»

Аналіз «Витрати – Обсяг – Прибуток» – це метод системного дослідження витрат, обсягу діяльності й прибутку підприємства для визначення:

1. Обсягу реалізації, що забезпечує відшкодування всіх витрат і одержання бажаного прибутку;
2. Обсягу реалізації, що забезпечує одержання бажаного прибутку;
3. Величини прибутку при певному обсязі реалізації;
4. Вплив змін величини витрат, обсягу й цін реалізації на прибуток підприємства;
5. Оптимальної структури витрат.

Основним елементом аналізу взаємозв'язку «Витрати – Обсяг – Прибуток» є аналіз беззбитковості.

Аналіз беззбитковості заснований на розділенні витрат на змінні й постійні, а також розрахунку точки беззбитковості, що визначає критичний обсяг реалізації.

Точка беззбитковості – це обсяг реалізації, при якому доходи підприємства рівні його витратам, а прибуток відповідно дорівнює нулю.

Точка беззбитковості може бути виражена в натуральних і грошових одиницях виміру. Визначити поріг рентабельності може бути двома способами:

1. За допомогою рівняння.
2. З використанням показника маржинального прибутку.

1. Розрахунок точки беззбитковості за допомогою рівняння:

$$ТБ = \frac{ПВ}{Ц - ЗВ}, \quad (2.5)$$

де $ТБ$ – точка беззбитковості, од.;

$ПВ$ – постійні витрати, грн.;

$Ц$ – ціна за одиницю, грн.;

$ЗВ$ – змінні витрати на одиницю продукції, грн.

2. Маржинальний прибуток – перевищення виторгу від реалізації над всіма змінними витратами, пов'язаними з даним обсягом продажів. Інакше маржинальний прибуток – різниця між виторгом від реалізації і змінними витратами або сума постійних витрат підприємства й прибутку:

$$МП_{од} = Ц - ЗВ, \quad (2.6)$$

де $МП_{од}$ – маржинальний прибуток одиниці продукції, грн

Тоді формула розрахунку точки беззбитковості має вигляд:

$$ТБ = \frac{ПВ}{МП_{од}}, \quad (2.7)$$

Для розрахунку порога рентабельності використовують коефіцієнт маржинального прибутку ($КМП$), який може бути визначений за формулою:

$$КМП = \frac{МП_{од}}{Ц}, \quad (2.8)$$

Цей аналіз дозволяє також визначати цільовий обсяг продажів, тобто обсяг, при якому підприємство зможе одержати бажану величину прибутку. Цільовий обсяг розраховують відповідно за формулою:

$$V_{цл} = \frac{ПВ + П}{МП_{од}}, \quad (2.9)$$

де $V_{цл}$ – цільовий обсяг продажів, грн;

$П$ – очікувана величина прибутку, грн.

Ці формули для розрахунку точки беззбитковості використовують у випадках, якщо підприємство випускає один вид продукції. Якщо ж підприємство виробляє кілька видів продукції, то беззбитковість роботи підприємства розраховують через середньозважений маржинальний прибуток, що визначається за формулою:

$$МП_{серед} = \sum МП_i * j, \quad (2.10)$$

де $МП_{серед}$ – маржинальний прибуток середньозважений, грн;

$МП_i$ – маржинальний прибуток i -го виду продукту, грн;

j – питома вага даного виду продукції в загальному обсязі виробництва, %.

Поріг рентабельності по кожному з видів продукції розраховують як обсяг беззбиткової діяльності в цілому по підприємству, помножений на питому вагу даного виду продукції.

Для визначення впливу на прибуток зниження обсягу реалізації використовується показник запасу міцності. Запас міцності – величина, на яку фактичний (або запланований) обсяг реалізації перевищує критичний обсяг реалізації.

Запас міцності відображає граничну величину можливого зниження обсягу продажів без ризику зазнати шкоди. Розраховують за формулою:

$$ЗМ = V_p - КБ, \quad (2.11)$$

де $ЗМ$ – запас міцності, од.;

V_p – обсяг реалізації підприємства, од.;

Поряд з абсолютним значення запасу міцності використовують коефіцієнт запасу міцності ($K_{зм}$), що визначається за формулою:

$$K_{зм} = \frac{ЗМ}{V_p}, \quad (2.12)$$

Коефіцієнт запасу міцності являє собою міру ризику нерентабельної роботи підприємства. Значення цього показника перебуває в межах $-\infty < K_{зм} < 1$. Чим більше значення має коефіцієнт запасу міцності, тим менше ймовірність того, що підприємство матиме збитки у разі зменшення обсягів реалізації.

Завдання 27

Підприємство реалізує продукцію за ціною за одиницю 80 грн.

Витрати на виробництво становлять:

1. Змінні витрати	32 грн на одиницю
2. Загальновиробничі витрати	3200 грн на місяць
3. Загальногосподарські витрати	4900 грн на місяць
4. Витрати на збут	2100 + 5 грн за кожну реалізовану одиницю продукції

Необхідно:

1. Визначити точку беззбитковості в натуральному й грошовому вираженні.
2. На основі отриманих даних побудувати графік точки беззбитковості із зазначенням областей прибутку й збитків.
3. Визначити цільовий обсяг продажів, що дозволить одержати прибуток у розмірі 10 000 грн.

Завдання 28

Підприємство реалізує продукцію за ціною за одиницю 50 грн. При цьому витрати на виробництво становлять:

1. Сировина й матеріали (за одиницю)	15грн
2. Заробітна плата основних виробничих робітників (за одиницю)	9 грн
3. Заробітна плата АУПа (на місяць)	2400грн
4. Витрати на освітлення і опалення виробничих приміщень (на місяць)	1300 грн
5. Паливо й електроенергія на технологічні потреби (на одиницю)	7 грн
6. Оренда приміщень (на місяць)	1000грн
7. Витрати на рекламу (на місяць)	700 грн
8. Витрати на опалення і освітлення невикористаних приміщень (на місяць)	800 грн
9. Відрядні витрати (на місяць)	500 грн
10. Витрати на вивчення ринку (на місяць)	1500 грн

Необхідно:

1. Визначити точку беззбитковості в натуральному й грошовому вираженні, використовуючи коефіцієнт маржинального прибутку.

2. Розрахувати обсяг виробництва, при якому підприємство зможе одержати прибуток у розмірі 300 грн на місяць.

Завдання 29

Яку ціну варто встановити, щоб підприємство змогло одержати прибуток у розмірі 100 тис. грн, якщо випускається 200 тис. шт. виробів, постійні витрати становлять 400 тис. грн, а змінні 60 % у ціні. Зобразити це графічно.

Завдання 30

Підприємство випускає один вид продукції. Поточний місячний обсяг виробництва продукції становить 1 500 од, при цьому максимальна виробнича потужність підприємства – 2 500 од. на місяць. Підприємство реалізує продукцію за ціною за одиницю 16 грн, змінні витрати на виробництво одиниці продукції становлять 8 грн, постійні – 6 000 грн на місяць.

Визначити:

1. Критичний обсяг виробництва.
2. Кількість одиниць продукції для одержання прибутку в розмірі 2 500 грн.
3. Розмір прибутку при зменшенні змінних витрат на 10% і постійних витрат на 500 грн.
4. Ціну, яку необхідно встановити для одержання прибутку в розмірі 9 500 грн при обсязі виробництва 1 500 шт.

Завдання 31

Підприємство реалізує продукцію в обсязі 400 од. на місяць за ціною 500 грн за одиницю. Змінні витрати на одиницю продукції становлять 300 грн, а постійні 70 000 грн на місяць.

На думку відділу маркетингу, збільшення витрат на рекламу на місяць на 10 000 грн дозволить збільшити обсяг реалізації на 30 000 грн і, отже, збільшити прибуток. Обґрунтуйте дану пропозицію.

Завдання 32

На основі наведених нижче даних побудуйте графік беззбитковості й позначте область маржинального прибутку.

1. Обсяг продажів	1 000 шт.
2. Ціна одиниці продукції	10 грн
3. Змінні витрати на одиницю	6 грн
4. Постійні витрати	1 500 грн

Завдання 33

На скільки повинен зрости обсяг продажів, щоб компенсувати зниження прибутку при зменшенні ціни на 5 %.

Вихідні дані:

1. Обсяг продажів	1 000 шт.
2. Ціна за одиницю продукції	10 грн
3. Змінні витрати на одиницю	6 грн
4. Постійні витрати	30 000 грн

Завдання 34

Гідроелектростанція потужністю 360 Мвт планує зробити 635 Квт/год електроенергії за рік.

Бюджет витрат електростанції поданий у таблиці.

Витрати	Постійні, грн	Змінні (грн) на 1000 Квт/год
1. Оплата	-	70
2. Інші виробничі витрати	3 400 000	60
3. Витрати на транспортування електроенергії	-	10
4. Загальногосподарські витрати	2 000 000	-
Усього	5 400 000	140

Необхідно:

1. Визначити ціну електроенергії, при якій підприємство зможе одержаний прибуток у розмірі 1,6 млн. грн.
2. Виходячи із цієї ціни, визначити точку беззбитковості.

Завдання 35

Підприємство реалізує продукцію в обсязі 250 од. на місяць за ціною 196 грн за одиницю.

Витрати на виробництво становлять:

- | | |
|--|-----------|
| 1. Змінні витрати на одиницю | 102 грн |
| 2. Загальновиробничі витрати на місяць | 5 000 грн |
| 3. Адміністративні витрати на місяць | 8 000 грн |
| 4. Витрати на збут на місяць | 2 000 грн |

Визначити, на скільки повинен зрости обсяг продажів, щоб компенсувати зниження прибутку, при зменшенні ціни на 10%. Зобразити це графічно.

Завдання 36

Підприємство може виготовляти продукцію двома способами. Продукція буде реалізована за ціною 30 грн за одиницю.

Витрати на виробництво подані в таблиці.

Виробничі витрати, грн	Капіталомісткий спосіб, грн	Трудомісткий спосіб, грн
1. Сировина	5	5,6
2. Прямі трудові витрати	0,5 чіл-год. по 12 грн	0,8 чіл-год. по 9 грн
3. Змінні загальновиробничі витрати	3	4,8
4. Адміністративні витрати	2 440 000	1 320 000

Витрати на збут становлять 500 000 грн + 2 грн за кожну реалізовану одиницю.

Необхідно:

Визначити, який із способів буде найбільш оптимальним. Для чого побудуйте графік точки беззбитковості й укажіть область маржинального прибутку.

Завдання 37

Підприємство випускає три види продукції.

Необхідно:

1. Визначити точку беззбитковості в цілому по підприємству й по кожному виду продукції окремо.

2. Визначити розмір прибутку за умови, що реалізовано 800 одиниць продукції виду «А», 650 одиниць продукції виду «Б» і 850 одиниць продукції «В».

Показники	Продукція			Усього
	А	Б	В	
1. Обсяг реалізації, шт.	7 000	5 000	8000	20 000
2. Змінні витрати на одиницю, грн.	12	15	20	-
3. Постійні витрати, грн.	-	-	-	40 000
4. Ціна за одиницю, грн.	30	40	46	-

Завдання 38

Підприємство виготовляє два види продукції.

На основі наведених нижче даних визначити:

1. Точку беззбитковості в цілому по підприємству й по кожному виду продукції окремо.

2. Як зміниться величина прибутку, якщо питома вага виробу виду «А» збільшиться до 80%.

Показники	Виробу		Усього
	А	Б	
1. Обсяг виробництва, шт.	60 000	40 000	100 000
2. Ціна за одиницю, грн.	10	8	-
3. Змінні витрати на одиницю, грн.	7	6	-
4. Загальні постійні витрати, грн.	-	-	182 000

Завдання 39

Є наступні дані про рівень продажів і виробничих витрат підприємства:

- | | |
|---------------------------------|-------------|
| 1. Обсяг реалізації | 10 000 шт. |
| 2. Змінні витрати, на одиницю | 4 грн. |
| 3. Постійні витрати, на одиницю | 35 000 грн. |
| 4. Ціна за одиницю | 10 грн. |

Передбачається, що зменшення ціни на 8 % приведе до росту обсягу реалізації на 10 %. Як при цьому зміниться величина прибутку підприємства? Відповідь обґрунтуйте.

Завдання 40

Визначити точку беззбитковості й побудувати графік.

Розрахувати прибуток за умови реалізації 1 000 одиниць продукції.

Вихідні дані наведені в таблиці.

На основі вихідних даних, наведених нижче, визначите:

1. Критичний обсяг виробництва в натуральних і грошових одиницях виміру, використовуючи показник маржинального прибутку;
2. Величину прибутку за умови реалізації 1000 одиниць продукції;
3. За підсумками розрахунків побудувати графік із зазначенням критичного обсягу виробництва й виділенням області маржинального прибутку.

Вихідні дані подані в таблиці:

Витрати, грн	Змінні витрати на одиницю, грн	Постійні витрати на одиницю, грн
1. Основні матеріали	8	-
2. Основна заробітна плата	18	-
3. Загальновиробничі витрати	8	6 120
4. Загальногосподарські витрати	6	2 784
5. Витрати на збут	4	696
Усього	44	9 600

Завдання 41

Використовуючи наведені нижче дані:

1. Побудуйте графік беззбитковості, укажіть області прибутку й збитків.
2. Укажіть, для яких цілей використовується аналіз взаємозв'язку «Витрати – Обсяг – Прибуток».
3. Перелічіть недоліки даного аналізу.

Вихідні дані:

1. Обсяг реалізації	6000шт.
2. Ціна одиниці продукції	25 грн
3. Змінні витрати на одиницю	12грн
4. Постійні витрати	20000грн

Завдання 42

Підприємство випускає два види продукції. Дані про витрати й про обсяги виробництва представлені в таблиці.

Найменування показників	Продукція		Усього
	А	Б	
1. Обсяг виробництва, грн.	12 600	20 580	33 180
2. Коефіцієнт маржинального доходу, %	0,65	0,74	-
3. Ціна одиниці продукції, грн.	84	98	-
4. Постійні витрати, грн.	-	-	27 000

Необхідно:

1. Визначити величину прибутку (збитків) відповідно до наведених обсягів продажів;
2. Розрахувати критичний обсяг продажів у цілому по підприємству й по кожному з видів продукції окремо.

Завдання 43

Вихідні дані:

- | | |
|-----------------------------------|------------|
| 1. Обсяг реалізації за місяць, од | 400 шт. |
| 2. Ціна одиниці продукції | 500 грн |
| 3. Змінні витрати, за одиницю | 300 грн |
| 4. Постійні витрати, на місяць | 70 000 грн |

Виробничий відділ припускає замінити деякі комплектуючі вироби більш новими, що підвищить якість виробів і дозволить збільшити попит на 50 шт. на місяць. Однак це приведе до росту змінних витрат на 20 грн за одиницю. Чи варто приймати дану пропозицію? Ціна залишається незмінною.

Завдання 44

Підприємство планує реалізувати 50 000 одиниць продукції на місяць.

Витрати на виробництво продукції становлять:

- | | |
|---|-----------|
| 1. Сировина й матеріали, за одиницю | 26 грн |
| 2. Паливо й електроенергія на технологічні потреби | 12 грн |
| 3. Заробітна плата АУПа | 2 400 грн |
| 4. Витрати на висвітлення і опалення виробничих приміщень | 1800 грн |
| 5. Відрядні видатки | 600 грн |
| 6. Витрати на збут | 800 грн |
| 7. Заробітна плата основних виробничих робітників | 18 грн |
| 8. Оренда виробничих приміщень | 1 200 грн |
| 9. Витрати на рекламу | 700 грн |

Необхідно:

1. Визначити ціну для забезпечення беззбиткової роботи підприємства.
2. Зобразити це графічно.
3. Визначити величину прибутку (збитків) за умови реалізації 1 000 од. продукції.

Завдання 45

Відділ збуту припускає знизити ціну на 30 грн і збільшити витрати на рекламу на 250 грн на місяць. Передбачається, що це приведе до росту обсягу продажів на 50 %. Чи варто приймати цю пропозицію?

Вихідні дані:

1. Обсяг продажів підприємства, на місяць	400 шт.
2. Ціна за одиницю	500грн
3. Змінні витрати, за одиницю	300грн
4. Постійні витрати	70 000 грн

Завдання 46

Підприємство бажає дістати прибуток у розмірі 21000 грн і розглядає два альтернативних варіанти досягнення цього. Використовуючи коефіцієнт запасу міцності, визначити найбільш оптимальний варіант виробництва. Вихідні дані подані в таблиці.

Показники	Альтернатива 1	Альтернатива 2
	Зберегти існуючий виробничий потенціал	Використовувати (взяти під оренду) більш продуктивне устаткування
Ціна, грн	100	100
Змінні витрати за одиницю, грн	70	50
Постійні витрати, грн	24 000	30 000

Завдання 47

Підприємство реалізує продукцію за ціною 80 грн за одиницю.

Витрати на виробництво становлять:

1. Сировина й матеріали.	20 грн.
2. Заробітна плата АУПа	3 000 грн.
3. Витрати на освітлення цехів	2 000 грн.
4. Заробітна плата основних виробничих робітників	10 грн.
5. Витрати на збут	1 000 грн + 2 грн за кожну реалізовану продукцію
6. Паливо на технологічні потреби	10 грн.

Необхідно:

1. Розділити всі витрати на прямі й непрямі.
2. Визначити точку беззбитковості в натуральному й грошовому вираженні, використовуючи коефіцієнт маржинального прибутку.
3. Визначити, яку величину прибутку (збитків) підприємство зможе одержати, якщо реалізує продукцію в обсязі 350 одиниць.

Завдання 48

Підприємство виводить на ринок нову продукцію. Планований обсяг виробництва складе 10 000 виробів, змінні витрати на виріб рівні 1 400 грн, постійні витрати – 22 000 грн.

Визначити ціну, яку підприємство повинне встановити для покриття витрат. Яку ціну має встановити підприємство на свою продукцію, якщо за тих самих умов воно планує одержати прибуток в розмірі 18 000 грн.

Завдання 49

Підприємство виробляє продукцію, попит на яку еластичний за ціною. Змінні витрати на одиницю продукції становлять 80 грн, постійні витрати – 840 грн. Передбачається, що при ціні 200 грн попит складе 160 000 виробів, а якщо ціну знизити на 20 грн, то попит збільшиться на 80 виробів, постійні ж витрати для даного обсягу виробництва збільшаться на 120 грн.

Для кожного з варіантів ціни розрахуйте точку беззбитковості, поріг безпеки й визначить, який варіант ціни потрібно вибрати підприємству для одержання прибутку в розмірі 60 000 грн.

Завдання 50

Внаслідок зниження ціни виробу з 30 до 28 грн обсяг реалізації збільшився з 300 до 350 тис. шт. Визначити додатковий прибуток від збільшення продажу, якщо змінні витрати на одиницю продукції дорівнюють 13 грн.

Завдання 51

Обсяг виробництва становить 240 тис. шт. ціна одиниці – 75 грн, а змінні витрати в її складі дорівнюють 20 грн. Підприємство планує знизити ціну на 8 % і одночасно, придбавши дешевшу сировину, зменшити змінні витрати на 1 грн. Визначити беззбиткову зміну продажу.

Завдання 52

Річне виробництво продукції на підприємстві дорівнює 400 тис. виробів, ціна одиниці продукції – 17 грн, а змінні витрати в її складі дорівнюють 7 грн. Враховуючи зростання попиту та подорожчання сировини, що зумовить збільшення змінних витрат на 0,5 грн, підприємство планує підвищити ціну своєї продукції до 20 грн. Визначити беззбиткову зміну продажу.

Завдання 53

Щорічний обсяг виробництва сягає 140 тис. виробів, ціна одиниці продукції – 60 грн, змінні витрати в її складі дорівнюють 22 грн. Підприємство планує зменшити ціну на 5 % і придбати нове обладнання на суму 252 тис. грн з нормативним терміном експлуатації 6 років. Визначити беззбиткову зміну продажу.

Завдання 54

Ціна виробу становить 35 грн, а змінні витрати в її складі дорівнюють 14 грн. Конкурент зменшив ціну аналогічної продукції на 9 %. Визначити беззбиткову зміну продажу при пасивному ціноутворенні.

Тема: Методи розподілу витрат на постійну й змінну складові

Вивчення поводження витрат дозволяє здійснити оцінку витрат і побудувати їхню функцію.

Оцінка витрат – це процес обчислення поводження витрат, тобто встановлення кількісного взаємозв'язку між витратами й різними факторами на підставі дослідження діяльності підприємства.

Функції витрат – це математичний опис взаємозв'язку витрат і їхнього фактора.

У спрощеному вигляді функція витрат може бути описана так:

$$Y = a + bx,$$

де Y – сукупні витрати;

a – загальні постійні витрати;

b – змінні витрати на одиницю діяльності;

x – значення фактора часу.

Функція витрат полегшує передбачення витрат. Передбачення витрат - це прогнозування майбутніх витрат для різних рівнів (умов) діяльності.

Наявність змішаних витрат ускладнює побудова функції витрат. У зв'язку з цим для визначення функції витрат застосовують різні методи розподілу витрат на постійну й змінну складові:

1. Метод вищої-нижчої точки;
2. Спрощений статистичний метод;
3. Кореляційний метод;
4. Метод найменших квадратів.

Метод вищої-нижчої точки

Цей метод передбачає визначення функції витрат на основі допущення, що змінні витрати – це різниця між сукупними витратами при вищому й нижчому рівнях діяльності.

Використання даного методу засновано на припущенні того, що змінні витрати – це різниця між максимальним і мінімальним рівнях діяльності (обсяг виробництва, відпрацьовані людино-години). Змінні витрати на одиницю визначаються як відношення загальної величини змінних витрат до різниці між максимальним і мінімальним обсягами діяльності. Постійні витрати визначають, виходячи з основного рівняння загальних витрат.

Спрощений статистичний метод

Спрощений статистичний метод передбачає розподіл показників на дві групи, виходячи зі зростання значення X , і розрахунок постійних витрат на основі середніх значень X і Y .

Величина постійних витрат (a) у спрощеному статистичному методі визначається за формулою:

$$a = \frac{(Y_0 X_1 - Y_1 X_2)}{X_1 - X_2}, \quad (2.13)$$

де Y_0 і Y_1 – середні значення витрат;

X_1 і X_2 – середні значення обсягу діяльності.

Знаючи величину постійних витрат, розраховують змінні витрати на одиницю (b), виходячи із загальної функції витрат.

Завдання 55

На виробничому підрозділі за минулого місяця при різних виробничих потужностях були зафіксовані різні рівні витрат. Дані про витрати за місяцями представлені в таблиці.

Звітний період	Обсяг виробництва, од.	Фактичні витрати, грн
Січень	980	415,0
Лютий	920	381,0
Березень	1060	402,0
Квітень	1290	507,0
Травень	1570	543,0
Червень	1780	596,0
Липень	1820	689,0
Серпень	1040	405,0
Вересень	1120	442,0
Жовтень	1080	435,0
Листопад	1365	513,0
Грудень	1480	520,0

Використовуючи метод вищої-нижчої точки, розподіліть витрати на постійні й змінні складові. Побудуйте функцію поводження витрат. Визначити величину загальних витрат за умови виробництва 2 000 одиниць продукції.

Завдання 56

Використовуючи спрощений статистичний метод, складіть рівняння витрат на основі даних, наведених у таблиці.

Місяць	Кількість продукції, од.	Витрати, грн
Січень	20	500
Лютий	22	512
Березень	21	510
Квітень	19	495
Травень	23	514
Червень	21	505

Завдання 57

На основі наведених у таблиці даних розподіліть витрати, пов'язані з утримуванням і експлуатацією машин і обладнання, на постійні й змінні складові, використовуючи:

1. Метод «вищої-нижчої точки».
2. Спрощений статистичний метод.

Період	Відпрацьовані маш. – година	Витрати, грн
1	2324	27920
2	2250	26480
3	2416	27180
4	2214	26890
5	1630	23305
6	2052	27569

2.6 Методи ціноутворення

Залежно від виробничої потужності підприємства, цілей підприємства в області ціноутворення для розрахунку ціни можуть бути використані різні методи. Значний вплив на вибір методу розрахунку ціни має також ступінь новизни товару, стадія життєвого циклу товару й т. д. Причому мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, максимально можлива – попитом на даний товар. Виділяють витратні й ринкові методи встановлення ціни.

До витратних методів ціноутворення відносять:

1. Метод, заснований на обліку повних витрат;
2. Метод, заснований на обліку змінних (прямих) витрат;
3. Визначення цін на основі аналізу беззбитковості.

Суть методу, заснованого на визначенні повних витрат, поглядає в підсумовуванні сукупних витрат (змінні плюс постійні) і прибутку, який підприємство бажає одержати.

Загальна формула розрахунку ціни відповідно до даного методу має вигляд

$$Ц = З + Нац, \quad (2.14)$$

де $З$ – загальні витрати підприємства, грн.;

$Нац$ – величина націнки, грн.

Націнка може бути розрахована на основі:

- 1) змінних виробничих витрат;
- 2) повної виробничої собівартості;
- 3) загальних змінних витрат;
- 4) повних витрат.

Загальна формула розрахунку відсотка націнки ($\%Нац$) має вигляд

$$\%_{нац} = \frac{П + З_{нб}}{З_{б}}, \quad (2.15)$$

де $П$ – необхідна величина прибутку, грн.;

$З_{нб}$ – витрати, що не увійшли до складу базових, грн.;

$З_{б}$ – базові витрати, грн.

Даний метод простий і зручний у застосуванні, але має два великих недоліки:

1. При встановленні ціни не беруться до уваги наявний попит на товар і конкуренція на ринку;

2. Будь-який метод віднесення на собівартість товару постійних витрат є умовним. Він спотворює собівартість і внесок даної продукції в дохід підприємства.

Відповідно до методу, заснованого на обліку прямих витрат, ціна формується шляхом додатку до змінних витрат певного прибутку-надбавки. При цьому постійні витрати, як витрати підприємства в цілому, не розподіляються по окремих товарах, а погашаються з різниці між виторгом і змінними витратами, тобто з маржинального прибутку.

При використанні даного методу (при сформованих певних умовах) змінні витрати можуть стати нижньою межею встановлення ціни на продукцію, тоді як попит визначає максимально можливий рівень цін на даний товар.

Завдання 58

Підприємство планує виготовляти продукцію в обсязі 50 шт. на місяць, при цьому очікувана величина прибутку становить 1 200 грн на місяць.

Витрати на виробництво продукції наведені в таблиці.

Найменування показників	На весь обсяг, грн	На одиницю, грн
1. Виробничі витрати:		
– змінні;	2 480	49,6
– постійні.	1 600	32,0
2. Витрати на збут і управління:		
– змінні;	1 250	25,0
– постійні.	2 200	44,0

Треба, розрахувати ціну одиниці продукції, використовуючи:

- 1) метод розрахунку націнки на основі змінних виробничих витрат;
- 2) метод розрахунку націнки на основі загальних змінних витрат.

Завдання 59

Підприємство виготовляє продукцію в обсязі 10 000 шт. на місяць.

Вихідні дані наведені в таблиці.

Найменування показників	На весь обсяг, грн	На одиницю, грн
1. Виробничі витрати:		
- змінні	564750	56,48
- постійні	132480	13,25
2. Адміністративні витрати й витрати на збут:		
- змінні	246520	24,65
- постійні	350240	35,02
3. Очікувана величина прибутку	260000	26,00

Необхідно розрахувати націнку:

1. На основі повної виробничої собівартості;
2. На основі повних витрат.

Завдання 60

Використовуючи метод повних витрат, визначити собівартість кожного виду продукції. Розподіл постійних витрат проводити пропорційно основній заробітній платі виробничих робітників.

Вихідні дані:

Найменування показників	Продукція			Усього
	А	Б	С	
1. Обсяг виробництва, од.	200	400	500	1100
2. Змінні витрати всього, грн.	12450	15600	18200	46250
у т.ч.:				
– зарплата виробничих робітників;	4000	6200	7600	17800
– сировина, матеріали	8450	9400	10600	28450
3. Постійні витрати, грн.	-	-	-	50000

Завдання 61

Використовуючи метод прямих витрат, для кожного варіанта ціни розрахуйте прибуток від реалізації продукції.

Вихідні дані:

Найменування показників	Кількість			
1. Передбачувана ціна одиниці продукції, грн	20	18	17	15
2. Змінні витрати на одиницю продукції, грн	8,60	8,60	8,60	8,60
3. Постійні витрати, грн	2 000	2 000	2 000	2 000
4. Очікуваний обсяг продажів, од.	300	400	450	500

Завдання 62

Використовуючи метод повних витрат, визначити ціну одиниці кожного виду продукції. Розподіл постійних витрат проводити пропорційно змінним витратам.

Вихідні дані:

Найменування показників	Продукція			Усього
	А	Б	С	
1. Обсяг виробництва, од.	150	220	170	540
2. Змінні витрати на одиницю, грн.	345	286	390	1021
у т.ч.:				
– зарплата основних робітників;	190	210	180	580
– сировина, матеріали.	155	76	210	441
3. Постійні витрати за місяць, грн.	-	-	-	18 000
4. Рентабельність, %	15	20	18	-

Завдання 63

Підприємство реалізує продукцію з рентабельністю 20% стосовно собівартості.

Витрати на виробництво становлять:

- | | |
|--|--------|
| 1. Сировина й матеріали, за одиницю | 50 грн |
| 2. Заробітна плата виробничих робітників, за одиницю | 10 грн |
| 3. Накладні витрати, за одиницю | 16 грн |

У складі накладних витрат 40 % – змінна частина, а 60 % – постійна.

Випадковий покупець хоче придбати продукцію за ціною 27 грн за одиницю. Виробничі потужності підприємства недовантажені. На основі показника маржинального прибутку визначити, чи слід приймати цю пропозицію.

3 ТЕСТОВИЙ КОНТРОЛЬ ЗНАНЬ

1. Ціна – це:

- 1) сума цінностей, які споживач віддає у вигляді нагороди за можливість користуватися або володіти продуктом чи послугою;
- 2) показник, що характеризує ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства;
- 3) економічна категорія, що визначає ефективність використання всіх видів ресурсів.
- 4) показник, що характеризує фінансові результати підприємства.

2. За способом одержання інформації про рівень цін розрізняють:

- 1) аукціонні ціни;
- 2) рухливі ціни;
- 3) довідкові ціни;
- 4) вільні ціни.

3. За способом встановлення і фіксації виділяють:

- 1) сезонні ціни;
- 2) рухливі ціни;
- 3) оптові ціни;
- 4) закупівельні.

4. Державне регулювання цін здійснюється:

- 1) з метою підтримки конкуренції і обмеження монополізації;
- 2) з метою обмеження конкуренції;
- 3) з метою стимулювання діяльності підприємств-монополістів;
- 4) з метою обмеження конкуренції підприємств-монополістів.

5. До прямих методів регулювання цін державою відносять:
- 1) установлення фіксованих цін;
 - 2) пільгове кредитування;
 - 3) пільгове оподатковування;
 - 4) дотування підприємств.
6. До непрямих методів регулювання цін державою відносять:
- 1) установлення фіксованих цін;
 - 2) загальне заморожування цін;
 - 3) пільгове оподатковування;
 - 4) визначення порядку встановлення собівартості.
7. Цінова еластичність попиту визначається:
- 1) коефіцієнтом еластичності попиту по доходу;
 - 2) перехресним коефіцієнтом еластичності;
 - 3) коефіцієнтом еластичності;
 - 4) коефіцієнтом конкордації.
8. При еластичному попиті:
- 1) навіть значна зміна ціни не приводить до значної зміни попиту;
 - 2) темпи зміни попиту дорівнюють темпам зміни ціни;
 - 3) незначна зміна ціни приводить до значної зміни попиту;
 - 4) збільшення ціни приводить до росту попиту.
9. При нееластичному попиті:
- 1) незначна зміна ціни приводить до значної зміни попиту;
 - 2) навіть значна зміна ціни не приводить до значної зміни попиту;
 - 3) зменшення ціни приводить до росту попиту;
 - 4) при зміні ціни попит залишається незмінним.
10. До собівартості продукції відносять:
- 1) витрати на сировину, матеріали, заробітну плату робітників;
 - 2) витрати на утримання машин і встаткування;
 - 3) виражені в грошовій формі витрати підприємства на виробництво продукції і реалізацію;
 - 4) виражені в грошовій формі витрати підприємства на реалізацію продукції.
11. Економічні елементи витрат:
- 1) економічно однорідний вид витрат;
 - 2) перелік економічних елементів встановлюється підприємством самостійно;
 - 3) витрати, пов'язані зі збутом продукції.
 - 4) витрати, враховані на окремий вид продукції.

12. При групуванні витрат по економічних елементах виділяють:

- 1) витрати на паливо й електроенергію на технологічні потреби;
- 2) витрати на оплату праці й матеріальні витрати;
- 3) витрати на підготовку й освоєння виробництва;
- 4) витрати, пов'язані з утримуванням і експлуатацією виробничого встаткування.

13. Основні витрати – це:

- 1) витрати, пов'язані з організацією і обслуговуванням процесу виробництва;
- 2) витрати, що мають безпосереднє відношення до процесу виробництва;
- 3) витрати, пов'язані безпосередньо з процесом виробництва і його обслуговуванням;
- 4) витрати, пов'язані зі збутом продукції.

14. Прямі витрати – це:

- 1) витрати, які можуть бути прямим шляхом враховані в собівартості продукції;
- 2) витрати, які відносяться на собівартість побічно;
- 3) витрати, які пов'язані з організацією, обслуговуванням і керуванням процесом виробництва;
- 4) витрати, які відносяться на собівартість продукції шляхом розподілу пропорційно обраному на підприємстві базису.

15. Які з перерахованих нижче витрат належать до основних:

- 1) витрати, пов'язані з організацією виробництва;
- 2) витрати, пов'язані з обслуговуванням виробництва;
- 3) витрати, що мають безпосереднє відношення до виробництва продукції;
- 4) витрати, пов'язані з керуванням виробництвом.

16. Які з перерахованих нижче витрат ставляться до накладних:

- 1) витрати на сировину й матеріали;
- 2) зарплата виробничих робітників;
- 3) витрати, на утримання АУПа;
- 4) витрати на паливо й електроенергію на технологічні потреби.

17. Укажіть, які види витрат відносяться до загальновиробничих:

- 1) основна зарплата начальників цехів, виробничих ділянок;
- 2) основна зарплата адміністративно-управлінського персоналу (АУП);
- 3) додаткова зарплата адміністративно-управлінського складу;
- 4) витрати на висвітлення і опалення невиробничих приміщень.

18. Укажіть, які види витрат належать до адміністративних витрат:

- 1) витрати на оренду виробничих цехів;
- 2) витрати на ЗП бригадирів цехів;
- 3) витрати на оренду не виробничих приміщень;
- 4) зарплата торговельним агентам.

19. Укажіть, які види витрат належать до витрат на збут:

- 1) витрати на сировину й матеріали;
- 2) заробітна плата основних виробничих робітників;
- 3) заробітна плата торговельних агентів;
- 4) заробітна плата АУПа;

20. Критичний обсяг продажів – це:

- 1) обсяг продажів, при якому доходи підприємства рівні його витратам;
- 2) обсяг виробництва, при якому підприємство може одержати очікувану величину прибутку;
- 3) обсяг продажів, при якому витрати підприємства перевищують його доходи;
- 4) обсяг продажів, при якому підприємство є збитковим.

21. Маржинальний прибуток – це:

- 1) перевищення виторгу над всіма змінними витратами;
- 2) перевищення виторгу над загальними витратами;
- 3) сума загальних витрат і прибутку;
- 4) перевищення виторгу над постійними витратами.

22. Запас міцності – це:

- 1) величина, на яку критичний обсяг продажів перевищує фактичний обсяг реалізації;
- 2) величина, на яку фактичний обсяг продажів перевищує критичний обсяг реалізації;
- 3) обсяг продажів, при якому прибуток підприємства дорівнює нулю;
- 4) фактичний обсяг продажів дорівнює обсягу реалізації.

23. У якому діапазоні може перебувати коефіцієнт запасу міцності:

- 1) більше нуля;
- 2) менше одиниці, але більше нуля;
- 3) менше нуля;
- 4) від мінус нескінченності до плюс одиниці.

24. Стратегія низьких цін застосовується у випадках, коли:

- 1) підприємство випускає унікальну продукцію, аналогів якої не існує на даному ринку;
- 2) підприємство виходить на ринок і хоче завоювати певну частку ринку;

- 3) підприємство надає знижки на реалізовану продукцію;
- 4) підприємство бажає одержати певну постійну величину прибутку протягом тривалого періоду часу.

25. Відповідно до методу ціноутворення, заснованому на обліку прямих витрат, ціна формується:

- 1) шляхом додатку до загальних витрат очікуваної величини прибутку;
- 2) шляхом підсумовування змінних і постійних витрат;
- 3) шляхом додатку до постійних витрат прибутку;
- 4) шляхом додатку до змінних витрат маржинального прибутку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академія ринку: маркетинг. Пер. с франц. А. Дайан, Ф. Букерен та ін. – М. : Економіка, 1995.
2. Голів С. В. Управлінський бухгалтерський облік / С. В. Голів. – Київ : Вид. будинок «Скарби». 1998.
3. Гуляєв В. Т. Організація туристської діяльності / В. Т. Гуляєв. – Нолидин, 1996.
4. Герасименко В. В. Цінова політика / В. В. Герасименко. – Финстатинформ, 1995.
5. Друри К. Введення в управлінський і виробничий облік : навч. посібник / К. Друри. – ЮНИТИ, 1998.
6. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер. – М. : Прогрес, 1990.
7. Кузнецова Н. М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства: навч. посібник / Н. М. Кузнецова. – Київ : ДПУІТ, 1997.
8. Липсиц Н. В. Комерційне ціноутворення : підручник / Н. В. Липсиц. – М. : Изд-во БЕК, 1999.
9. Лаврушак Б. Т. Основи прогнозування попиту населення / Б. Т. Лаврушак. – М. : Економіка, 1994.
10. Ноздрева Р. Б. Маркетинг, як перемагати на ринку / Р. Б. Ноздрева, Л. И. Цыгичко. – М. : Фінанси і статистика, 1991.
11. Томас Т. НЗГА Стратегия и тактика ценообразования / Т. НЗГА Томас, К Холден РИД. – СПб, Питер, 2001.
12. Основи туристського бізнесу: навч. посібник. – Одеса: Черноморье,¹ – 1997.
13. Пунина Е. Н. Ціноутворення в міжнародній торгівлі. – М. : Межд. отн., 1986.
14. Палій В. Р. Основи калькулювання / В. Р. Палій. – М. : Фінанси і статистика, 1987.
15. Слепцов В. А. Основи теорії ринкового ціноутворення / В. А. Слепцов. – М. : Наука, 1987.
16. Цацулин Л. Н. Ціноутворення в системі маркетингу / Л. Н. Цацулин. – М. : ИНД «Филинь», 1998.
17. Ціноутворення. – М. : Финстатинформ, 1996.
18. Ціни і ціноутворення. Підручник під ред. проф. А. А. Дерябина. – М. : Фінанси і кредит, 1985.
19. Фатхудинов. Разработка управленческого решения : учебник для вузов / Фатхудинов. – М. : Бизнес-школа.
20. Чеботарь Ю. П. Туристичний бізнес / Ю. П. Чеботарь. – М. : Світ ділової книги, 1997.
21. Чернишов Л. М. Цінова і тарифна політика в житлово-комунальному господарстві / Л. М. Чернишов. – М. : Книжковий світ, 1998.
22. Уткін З. Л. Ціни, ціноутворення. Цінова політика: підручник / З. Л. Уткін. – М. : Асоціація авторів-видавців «Тандем», 1997.

Основні джерела

1. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия / В. М. Тарасевич. – СПб : Питер, 2001. – 272 с.
2. Уткин Э. А. Цены. Ценообразование. Ценовая політика / Э. А. Уткин. – М. , 2000.
3. Цацулин А. И. Цены и ценообразование в системе маркетинга : учеб. пособие / А. И. Цацулин. – М. : Филинь, 1998. – 448 с.
4. Цены и ценообразование: учебник для вузов / Под ред. проф. И. К. Салимжанова. – М. : Финстатинформ, 2001. – 302 с.
5. Цены и ценообразование. Под ред. В. Е. Есипова. – СПб : Питер, 2001. – 464 с.

Додаткові джерела

6. Голов С .Ф. Управленческий бухгалтерский учет / С .Ф. Голов. – Київ : «СКАРБИ», 1998. – 384 с.
7. Друри К. Введение в управленческий и производственный учет : учеб. пособие / К. Друри. – ЮНИТИ, 1998.
8. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 03.12.90 р.
9. Липсиц И. В. Коммерческое ценообразование : учебник / И. В. Липсиц. – М., 2000.
10. Постанова Кабінету Міністрів України від 22.02.95р. № 135 «Про положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень».
11. Шим Джей К. Методы управления стоимостью и анализа затрат / Первод с англ. / Джей К. Шим, Джоэл Г. Сигел. – М. : инф.-издат. дом «Филинь», 1996. – 344 с.
12. Кайлюк Є. М. Маркетингова політика ціноутворення на підприємствах міського господарства : навчально-методичний посібник / Є. М. Кайлюк. – Харків : ХГАГХ, 2001. – 82 с.

Виробничо-практичне видання

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до виконання контрольної роботи
з навчальної дисципліни

**«МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВА»**

(для студентів заочної форми навчання спеціальності 073 – Менеджмент)

Укладачі : **ВОЛКОВА** Мілиця В'ячеславівна,
МАЗУР Аліна Борисівна

Відповідальний за випуск *М. К. Гнатенко*

За авторською редакцією

Комп'ютерне верстання *М. В. Волкова*

План 2017, поз. 339 М

Підп. до друку 16.10.2018 Формат 60 × 84/16.

Друк на ризографі Ум. друк. арк. 1,5.

Тираж 50 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 5328 від 11.04.2017.